

Pemerintah dan Media Sosial
(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Pegawai Humas dan Protokol
SETDA Surakarta Terhadap Media Sosial)

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Guna Mencapai Gelar Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi



Oleh :

M. FARID NURROHMAN

L100100133

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Pemerintah dan Media Sosial

**(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Pegawai Humas dan Protokol SETDA Surakarta
Terhadap Media Sosial)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh

MUHAMMAD FARID NURROHMAN

L100100133

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing I



Dian Purworini, S. Sos, MM

NIK. 1102

Pembimbing II



Nieldya Nofandrilla, MA

NIK. 1531

HALAMAN PENGESAHAN

PERSEPSI PEGAWAI HUMAS DAN PROTOKOL PEMERINTAH KOTA SURAKARTA TERHADAP MEDIA SOSIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

M. FARID NURROHMAN

L100100133

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 23 April 2016

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji

Dian Purworini, S.Sos, MM

(.....)

Nieldya Nofrandilla, MA

(.....)

Agus Triyono, M.Si

(.....)

Surakarta, April 2016

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan,



Husni Thamrin, Ph.D.

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi yang diberikan.

Surakarta, April 2016

Tanda Tangan



M. Farid Nurrohman

L100100133

Pemerintah dan Media Sosial
(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Pegawai Humas dan Protokol SETDA Surakarta Terhadap Media Sosial)

Muhammad Farid Nurrohmah
Program studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta 2016
Email: cartozero@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pegawai humas dan protokol SETDA Surakarta terhadap karakteristik media sosial. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan kuesioner sebagai instrument pengumpul data. Objek penelitian merupakan seluruh karyawan bagian humas dan Protokol SETDA Surakarta yang berjumlah 19 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik dasar dengan distribusi frekuensi kemudian disajikan dalam bentuk tabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap media sosial memiliki total skor sebesar 1414, mean sebesar 74.24 dengan median sejumlah 72.00 dan standar deviasi senilai 7.676. Nilai tersebut menempatkan persepsi responden masuk dalam kategori positif. Hasil olah data diketahui bahwa dimensi *participation* memiliki nilai rata-rata paling tinggi, menunjukkan bahwa kehadiran media sosial mampu membuat perilaku responden menjadi aktif dalam memproduksi konten dan menyebarkan informasi. Dimensi *openness* memiliki nilai paling rendah, namun termasuk dalam kategori positif. Responden merasakan sendiri karakter keterbukaan media sosial yang ditunjukkan lewat kemudahan dalam mengekspresikan opini, bertukar informasi dan ide serta kemudahan dalam berbalas komentar melalui fitur yang ada pada media sosial.

Kata kunci: Persepsi, Humas Pemerintah dan Media sosial

abstract

This study aims to determine employees' perceptions of public relations and protocol in SETDA Surakarta on characteristics of social media. Using quantitative descriptive method and form a questionnaire as a data collection instrument. The object of research is all employees of public relations and protocol SETDA Surakarta totaling 19 people. Data were analyzed using basic statistical analysis with frequency distribution then presented in tabular form.

The results showed that the respondent perception of social media has a total score of 1414, a mean of 74.24 and the median number is 72.00 with standard deviations worth of 7.676. This value placing the perception of respondents in positive category. Based on data, well known that the participation dimension has the highest average value, indicated that the presence of social media is able to stimulate the respondents' behaviour became an active user in generating content and sharing information. The openness dimension has the lowest score, but included in the positive category. Respondents proved, that openness character of social media was demonstrated by the ease in expressing their opinions, exchange information and ideas and ease of giving or receiving comment through the features of the social media.

Keyword: Perception, PR Government and Social Media

1. PENDAHULUAN

Praktik PR memiliki arah dan tujuan yang jelas. Terwujudnya kesepahaman antara pihak instansi, perusahaan atau organisasi dengan masing-masing publiknya, baik publik internal maupun eksternal. Hal tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan komunikasi dengan menyampaikan informasi secara efisien kepada publik. Selanjutnya adalah membentuk citra dan menciptakan opini publik. Seluruh program dan konsep PR yang sudah dirancang bertujuan pada keberhasilan praktisi PR dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap instansi. Setelah adanya kesepahaman antara instansi dan publiknya diharapkan akan menumbuhkan kerjasama dan partisipasi demi melancarkan program atau kebijakan yang sudah ada.

Fungsi PR dalam dunia pemerintahan berbeda dengan fungsi PR di dunia bisnis. Secara kasat mata (dunia bisnis) instansi perusahaan berorientasi pada hubungan jangka panjang untuk membangun citra dan reputasi yang bermuara pada profit untuk kelangsungan perusahaan, sedangkan humas pemerintahan lebih fokus pada sektor pelayanan publik dan penyebaran informasi (kebijakan internal) (Ruslan, 2002:93).

Hubungan masyarakat (HUMAS) dalam instansi pemerintahan memiliki fungsi layaknya sebuah organisasi yang lebih menekankan kepada ranah pelayanan publik khususnya berperan sebagai sumber dan jembatan informasi antara pemerintah dengan masyarakat.

Sistem kerja humas pemerintahan model lama adalah menggunakan pola komunikasi searah atau *diseminasi* yang bertumpu pada sebatas kegiatan publisitas tanpa melibatkan masyarakat secara langsung.

Pola komunikasi tersebut selanjutnya mulai ditinggalkan seiring adanya Peraturan Pemerintah (PERMEN) yang mencanangkan revitalisasi kehumasan berkenaan dengan peningkatan sumberdaya manusia dan pemanfaatan *new media* sebagai sarana informasi publik.

Wacana peningkatan mutu dan kualitas humas pemerintahan ditandai dengan penggunaan internet sebagai alternatif sarana penyebaran informasi kepada masyarakat sekaligus sebagai upaya kreatif pemerintah dalam mengikuti perkembangan jaman.

Berdasarkan PERMENPAN no 83 tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, humas pemerintah diwajibkan mengkomunikasikan kebijakan, rencana kerja, capaian kerja dan capaian kinerja kepada masyarakat umum. Hal tersebut menjadi tanggung jawab Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) sebagaimana yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) no 61 tahun 2010 tentang pelaksanaan Undang-Undang no 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik bagian kedua pasal 14 mengenai tugas dan tanggung jawab PPID dalam penyediaan, penyimpanan, pendokumentasian, pengamanan dan pelayanan informasi publik yang cepat, tepat dan sederhana.

Perubahan haluan tersebut bukanlah dilakukan tanpa sebab, mengacu pada pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia yang diperoleh melalui riset survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2015 yang kala itu bekerjasama dengan Pusat Perkembangan Komunikasi (PusKaKom) Universitas Indonesia menunjukkan pertumbuhan pengguna internet pada tahun 2014 mencapai 34,9 % dari jumlah total penduduk pada tahun 2014 atau mencapai sekitar 252,4 juta jiwa masyarakat.

Fenomena ini tentu sangat menguntungkan terutama bagi pemerintah. Melalui bagian humas di masing-masing instansi pemerintah berkesempatan menggunakan cara baru dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat

dalam jangkauan luas dan mudah sesuai acuan dan batasan yang ada dalam PERMENPAN tentang pedoman tata kelola kehumasan dan pedoman pemanfaat media sosial di lingkungan pemerintahan.

Media sosial sendiri menawarkan keunggulan dan solusi yang lebih cepat dan tepat dalam bertukar informasi. Sifat media sosial yang memungkinkan berkomunikasi dalam dua arah sangat membantu peran dan fungsi humas dalam promosi program dan kebijakan pemerintah, sekaligus melihat tanggapan atau respon masyarakat secara cepat. Sehingga aspirasi dan masukan masyarakat dengan mudah tersalurkan tepat sasaran untuk kemudian di respon secara aktif tanpa melupakan misi utama yang merupakan esensi tujuan *Public Relations* di dunia pemerintahan sendiri adalah membentuk, meningkatkan, dan memelihara citra positif dan reputasi supaya memperoleh opini dan simpati masyarakat.

Kehadiran media sosial sendiri menimbulkan dampak pada proses dan konsep komunikasi. Terjadi sebuah revolusi komunikasi yang menyebabkan perubahan pada proses komunikasi, proses penyebaran komunikasi satu arah (*one step flow*) menuju banyak tahap (*multistep flow*), lalu lintas pertukaran pesan melalui media sosial meningkat tajam menembus ruang dan waktu, masyarakat mengalami *spill over of communication* (peluberan informasi) yang mengakibatkan keterkejutan budaya (*culture shock*) (Nuruddin, 2013).

Beberapa Pemda belum memaksimalkan *trend* media sosial secara optimal sebagaimana yang digariskan dalam PERMENPAN. Sebagai contoh adalah riset temuan Purworini pada tahun 2013. Bahwa Pemda Sukoharjo masih menggunakan cara lama, yakni pola komunikasi searah atau *diseminasi* dalam melakukan tugas sebagai penyebar informasi publik. Asumsi yang timbul bahwa di era media sosial, model komunikasi yang ada di pemda akan bergeser dari komunikasi satu arah menuju komunikasi dua arah terbantahkan dengan temuan riset tersebut.

Berpijak pada penelitian tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat masalah penelitian tentang persepsi pegawai Humas dan Protokol SETDA Surakarta Terhadap Media Sosial. Mengetahui Persepsi pegawai internal pemerintah sangat penting, mengingat instansi humas sudah didaulat untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi yang tertuang dalam PERMENPAN.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menggambarkan secara keseluruhan obyek penelitian. Objek dari penelitian berikut adalah seluruh pegawai bagian humas dan protokol SETDA Surakarta yang berjumlah 19 orang. Instrumen pengumpul data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden dalam waktu yang berbeda-beda.

Teknik analisis data menggunakan analisis statistik dasar dengan distribusi frekuensi yang tersaji dalam bentuk tabel. Validitas kuesioner menggunakan rumus korelasi *product moment*, sedangkan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen pengumpul data menggunakan teknik koefisien alpha cronbach. Sebuah kuesioner dinyatakan konsisten bila nilai dari alpha cronbach > dari r tabel

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel penelitian yang diturunkan menjadi 20 indikator dan tersusun dalam kuesioner, 18 item pernyataan dinyatakan valid sedang 2 item lainnya dinyatakan tidak valid sehingga harus dikeluarkan dari pembahasan.

Pada uji reliabilitas, ditemukan bahwa nilai *alpha cronbach* adalah 0.903. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan oleh peneliti bisa dikatakan konsisten.

Adapun hasil daripada perhitungan persepsi responden terhadap media sosial setelah menghapus dua item pernyataan yang tidak valid menghasilkan nilai rata-rata sebagai berikut :

Dimensi *participation* menempati posisi tertinggi dari dimensi lainnya dengan mean sebesar 4.28. Nilai tersebut masuk dalam kategori sangat positif, dapat diartikan bahwa persepsi responden terhadap media sosial sebagai salah satu wadah partisipasi adalah baik.

Sharma (2008) menjelaskan bahwa evolusi internet telah merubah perilaku pengguna dari yang semula hanya membaca (*passive reading*) menjadi pengguna yang aktif dalam menciptakan konten. Pengguna bukan lagi sebagai *silent reader* yang hanya mencari dan membaca informasi. Setiap pengguna memiliki kesempatan yang sama bila dibandingkan dengan media sosial. Dalam waktu bersamaan pengguna bisa menjadi *receiver* serta dapat menjadi *sender* (Sylvia, 2013:152).

Salah satu wujud komunikasi dua arah adalah percakapan, dialog, serta *feedback* dari setiap pengguna. *Conversation* juga merupakan aspek dari interaksi komunikasi yang ideal, percakapan, dialog dan *feedback* yang muncul menandakan interaksi aktif yang bersifat alami (Rafaeli, 1998).

Conversation sebagai salah satu karakteristik dari media sosial, mendapatkan skor mean sebesar 4.14 dan masuk dalam kategori positif. Responden setuju bahwa melalui media sosial memungkinkan untuk memulai perilaku komunikasi menuju kearah yang saling menguntungkan sehingga tercipta atmosfer komunikasi yang lebih baik (Kriyantono, 2014:96)

Dimensi *connectedness* adalah ikatan interpersonal yang tercipta melalui serangkaian pengalaman. Dewasa ini ikatan tersebut bisa tercipta tanpa harus bertatap muka secara langsung, Stafford et al (1999) menyatakan bahwa ikatan sosial tersebut dapat terbentuk dan berkembang lewat media sosial berkat kemajuan teknologi informasi. Ikatan yang timbul melalui media sosial didasarkan pada karakter pengguna kembali, secara spesifik pengguna yang memiliki rasa “tersambung” yang tinggi akan cenderung merasa terhubung dengan dengan orang-orang disekitarnya sebaliknya, pengguna yang secara psikologi rendah dalam hal ini akan cenderung merasa seperti orang asing dan merasa jauh dari orang disekitarnya (Lee, 2001).

Pada penelitian ini, *mean* yang dihasilkan untuk dimensi *connectedness* adalah 4.12 dengan kategori positif. Berdasarkan tanggapan tersebut dapat diketahui bahwa media sosial mampu menjadi jembatan penghubung dalam banyak hal, baik dari segi konten ataupun dari segi ikatan personal yang menunjukkan kedekatan antara sesama pengguna.

Media sosial memungkinkan secara individu maupun organisasi untuk mencari dan berkomunikasi dengan orang-orang yang diinginkan. Hal ini memudahkan untuk membentuk sebuah komunitas sosial yang berkembang secara cepat serta menciptakan sebuah wadah untuk membina hubungan baik dengan orang lain yang sesuai secara efektif (Mayfield, 2008).

Setiap pengguna dapat dengan mudah mengakses konten, menuliskan opini, dan saling berbalas komentar. Meadows-Klue (2007) menyebutkan bahwa konten dalam media sosial dapat dengan mudah berpindah antara satu pengguna kepada pengguna lainnya, disebabkan oleh aplikasi dan teknologi media sosial yang tidak memiliki batasan. Kemudahan tersebut mendorong masyarakat untuk beramai-ramai memproduksi konten, pesan atau informasi lewat media sosial, sehingga informasi dan konten yang diproduksi dapat diakses oleh setiap orang.

Informasi yang demikian banyak berdampak negatif ataupun positif dalam waktu yang bersamaan, sebagai contoh adalah kasus antara Prita Mulyasari dan RS. Omni International yang memicu kemunculan gerakan “koin untuk Prita”. Prita di jerat undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) pasal 27 ayat 3 tentang pencemaran nama baik

pada Agustus 2008 silam. Email berisi keluhan terhadap pelayanan rumah sakit tersebut ditujukan kepada temannya kemudian menyebar ke berbagai media dan berujung pada gugatan pihak Rumah Sakit Omni terhadap Prita atas dasar pencemaran nama baik. Kasus tersebut berujung pada kesepakatan damai antara kedua belah pihak setelah melalui proses hukum yang panjang sebagaimana dimuat dalam *kompas.com* pada Agustus 2009 silam.

Hasil tanggapan responden terhadap karakter “keterbukaan” pada media sosial adalah positif. Dimensi *openness* menghasilkan mean sebesar 4.04 artinya responden lewat pengalaman pribadi, merasakan sendiri keterbukaan media sosial yang diukur dengan kemudahan dalam mengekspresikan opini, bertukar informasi dan ide serta kemudahan dalam berbalas komentar melalui fitur yang ada pada media sosial.

Kegiatan publisitas yang acapkali dilakukan humas di bagian pemda merupakan sebuah bentuk aplikasi komunikasi yang bertujuan menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan maksud untuk memberi pemahaman dan menyebarkan informasi, sehingga dapat merubah persepsi dan sikap terhadap informasi atau kebijakan yang disebarkan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menempatkan kegiatan komunikasi tersebut semakin penting. Kemajuan tersebut mengakibatkan pergeseran media konvensional ke era *new media* yang mengharuskan pemerintah secara bijak memanfaatkan kehadiran media baru sebagai wadah baru bagi informasi masyarakat (Ardianto, 2011:273).

Pemanfaatan media sosial dilingkungan pemerintah masih tergolong hal yang baru, sehingga dalam perjalanan revolusi birokrasi yang mengedepankan perbaikan pelayanan disektor publik masih belum optimal. Layaknya yang terjadi di pemda Sukoharjo. Salah satu informan beranggapan bahwa media sosial (*facebook*) hanya dianggap sebatas *private area* yang hanya digunakan untuk kepentingan pribadi. Belum ada tanda-tanda persepsi yang lebih khusus terhadap hadirnya media sosial, hal ini menandakan sempitnya persepsi. Pun ditemukan fakta bahwa pemda Sukoharjo di era otonomi daerah masih menggunakan sistem komunikasi diseminasi yang bersifat satu arah (Purworini, 2014).

Melanjutkan temuan diatas, setidaknya ada beberapa faktor yang mempengaruhi aplikasi media sosial sesuai dengan pedoman tata kelola kehumasan dan pedoman pemanfaatan media sosial sebagaimana panduan dalam PERMENPAN no. 30 tahun 2011 dan no 83 tahun 2012. Pertama adalah faktor internal. Kesiapan individu pejabat humas selaku pemeran utama. Kesiapan yang dimaksud adalah kemampuan dalam pemahaman dan penggunaan media sosial sesuai porsinya.

Bagian kedua adalah faktor eksternal, yakni masyarakat. Pengetahuan dan pengalaman dalam penggunaan media sosial menjadi penting ketika humas pemerintah memutuskan untuk memperlebar jangkauan komunikasi lewat media sosial. Setidaknya pemerintah ikut mempertimbangkan masalah segmentasi publik, baik secara *demografis* maupun *psikografis*. Seorang praktisi humas yang bijaksana akan mengawali kegiatan PR-nya dengan mengenali masalah dan kebutuhan masyarakat sekitarnya. Saat seorang humas melakukan hubungan eksternal, akan menemukan banyak aspirasi dan karakter publik yang beragam, maka humas tersebut bertugas sebagai penyeimbang antara kebutuhan publik dengan kebutuhan internal. Sehingga strategi yang dilakukan tepat sasaran (Ardianto, 2011:106)

Secara keseluruhan persepsi responden terhadap media sosial adalah positif. Hasil tersebut senada dengan perolehan penghargaan yang diterima oleh Pemkot Surakarta pada September 2015 lalu. Pemkot Surakarta berhasil menduduki peringkat ke empat dalam ajang KABTA WEB AWARDS 2015 kategori web kota terbaik dengan menyisihkan 315 kabupaten seluruh Indonesia (Isha'an, 2015).

4. PENUTUP

Setelah melakukan analisis data, maka peneliti sampai pada kesimpulan penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap media sosial adalah positif. Hasil penelitian menempatkan variabel media sosial pada posisi *mean* sebesar 4.12 dan termasuk dalam kategori positif berdasarkan skala penilaian yang sudah ditentukan besarnya dalam penelitian. Dimensi *Participation* memiliki *mean* tertinggi yakni senilai 4.28 sedangkan dimensi *openness* menghasilkan *mean* terendah diantara kelima dimensi lainnya yakni senilai 4.04. Pemahaman responden tentang karakter media sosial sudah bagus terbukti lewat rata-rata *mean* yang dihasilkan pada setiap dimensi. Kehadiran media sosial sendiri merupakan rangsangan dari luar yang dapat menimbulkan tanggapan dan interpretasi berbeda untuk setiap individu.

Kantor bagian humas dan protokol SETDA Surakarta sudah memiliki fasilitas yang cukup memadai seperti keberadaan seperangkat *personal computer* (PC), akses internet, peralatan fotografi dan dokumentasi, mesin fotokopi, serta dilengkapi dengan ruangan khusus yang berfungsi sebagai tempat untuk jumpa pers, dan ruang kelola berita untuk para wartawan yang bertugas pada sektor pemerintahan. Pola kerja yang terjadi sedikit monoton dengan keberadaan sebagian pegawai yang melakukan rutinitas sama setiap harinya seperti selalu berada di depan meja komputer, berdiam di ruangan kerja, bekerja dengan mesin fotokopi setiap pagi, dan lain sebagainya.

Pemanfaatan media sosial sebagai sebuah wadah informasi baru kurang optimal untuk mendukung proses revitalisasi birokrasi yang mengedepankan transparansi informasi sesuai pedoman yang berlaku dilingkungan pemerintah kota Surakarta. Dapat dilihat dari jumlah *tweets*, *followers*, serta *mentions* yang ada pada akun @humaspermkotsolo. Jumlah *tweets* yang dihasilkan cukup banyak dan *update* terhitung mulai dari desember 2012 hingga saat ini ada sekitar 1900an *tweets* menandakan bahwa intensitas penyaluran informasi cukup baik dengan setidaknya dua *tweets* dalam sehari. Namun dari segi jumlah *followers* masih belum bisa disebut sebagai akun yang familiar, hanya memiliki sekitar 2600an *followers* sangat sedikit bila dibandingkan dengan jumlah masyarakat di wilayah Surakarta. *Mentions* yang didapat juga sangat minim yang menunjukkan bahwa aktifitas *tweets* belum mendapat respon dan umpan balik yang bagus. Masih seperti media publisitas satu arah yang tidak mengharapkan umpan balik. Begitupun dengan portal berita milik PPID yang sudah jarang di *update* bahkan di tahun 2016 ini baru tercatat dua berita saja yakni postingan pada bulan Februari dan Maret silam.

Penelitian ini terbatas pada bahasan secara deskriptif mengenai persepsi pegawai humas dan protokol SETDA Surakarta terhadap media sosial saja, tanpa melihat adanya faktor lain dalam penelitian ini yang mungkin penting dan terlewatkan, seperti faktor-faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi proses timbulnya persepsi. Penggunaan metode secara kuantitatif dengan variabel tunggal dirasa belum mampu menjelaskan secara detail gambaran umum model informasi publik yang dianut oleh Pemkot Surakarta. Pada penelitian berikutnya disarankan agar menggunakan metode kualitatif dengan teknik *deep interview* guna mengetahui model penggunaan media sosial sebagai sarana informasi publik yang relevan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Secara khusus, bagian humas dan protokol SETDA Surakarta perlu adanya program kaderisasi. Mengingat jumlah pegawai yang sudah berumur lebih banyak. Supaya nantinya pelaksanaan tugas yang banyak dapat ditopang oleh tenaga-tenaga baru sehingga produktifitas dalam bekerja akan terjaga. Untuk menjaga eksistensi humas di mata publik perlu adanya alokasi dan standarisasi khusus terhadap pegawai humas, mengingat beban kerja yang ditanggung demikian besar yakni sebagai wakil Pemerintah yang bertugas menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Perlu adanya kualifikasi khusus sehingga penempatan jabatan didasarkan pada kompetensi dan memiliki keahlian khusus sebagai praktisi PR pemerintahan

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cutlip, Scott M. CENTER, Allen H. dan BROOM, Glen M. 2006. *Effective Public Relations*. Penerjemah Tri wibowo. Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Gamble, Teri Kwal and Gamble, Michael. 2005. *Communication Works*. Boston: McGraw Hill
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Pubic Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitiandan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Larissa A. Grunig, James, E. Grunig. Dan Dozier, David M. 2002. *Excellent Public Relation and Effective Organization*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Littlejohn, Stephen W & Karen, A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Etika Kebumasan Konsep Dan Aplikasi Edisi 1*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen :Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Tahir, Arifin. 2014. *Kebijakan Publik dan Transparansi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. Bandung : Alfabeta
- Umam, Khaerul. 2010. *Perilaku Organisasi*. Bandung : Pustaka Setia
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riest Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama.